

**PERANCANGAN KAMPANYE “BONEETO BERCERITA
(BONEETO BERIKAN KECERDASAN IMAJINATIF,TINGGI
DAN KUAT) ” #KEEPHEALTHYWITHBONEETO TAHUN 2020**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Diploma Ahli
Madya (A.Md) Ilmu Komunikasi

Oleh
Shenda Agustiana
NIM : 17410042



**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
2020**

**PERANCANGAN KAMPANYE “BONEETO BERCERITA (BONEETO
BERIKAN KECERDASAN IMAJINATIF,TINGGI DAN KUAT) ”
#KEEPHEALTHYWITHBONEETO TAHUN 2020**

Oleh
Shenda Agustiana
17410042

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, Senin 3 Agustus 2020.

Menyetujui,

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Dyama Khazim Setyadi, S.E.,M.I.Kom
NIP. 199005232019031012

Zaenab, S.S., M.Si
NIP.199211132019032025

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan

Ketua Program Studi Periklanan

(Suratni, S.S.,M.Hum.)
NIP. 198310242009122002

(M Rizky Kertanegara. M.Si)
NIP. 1983011520140401001

**PERANCANGAN KAMPANYE “BONEETO BERCERITA (BONEETO
BERIKAN KECERDASAN IMAJINATIF,TINGGI DAN KUAT) ”
#KEEPHEALTHYWITHBONEETO TAHUN 2020**

Oleh
Shenda Agustiana
17410042

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan
di hadapan Tim Penguji pada
Kamis, 06 Agustus 2020.

Disahkan oleh,
Ketua Penguji

Yudha Pradana, M.Pd
NIP. 198610212015041004

Pembimbing 1

Anggota Penguji

Dyama Khazim Setyadi, S.E.,M.I.Kom
NIP. 199005232019031012

Arius krypton., S.Sos., M.Si.
NIDN: 0008048305

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shenda Agustiana

NIM : 17410042

Angkatan : 10

Program Studi : Periklanan

Tahun Akademik : 2019/2020

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Perancangan Kampanye “Boneeto Bercerita (Boneeto Berikan Kecerdasan, Imajinatif, Tinggi dan Kuat)” #keephealthywithboneeto Boneeto Tahun 2020 adalah **asli, belum pernah dibuat oleh pihak lain, semua data dan sumber telah dicantumkan sesuai ketentuan akademis.**

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta,
Yang menyatakan,

Shenda Agustiana
17410042

**SURAT PERNYATAAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademik Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shenda Agustiana

NIM : 17410042

Angkatan : 10

Program Studi : Periklanan

Tahun Akademik : 2019/2020

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Perancangan Kampanye “Boneeto Bercerita (Boneeto Berikan Kecerdasan, Imajinatif, Tinggi dan Kuat)” #keephealthywithboneeto Boneeto Tahun 2020”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 03 Agustus 2020

Yang menyatakan,

Shenda Agustiana
17410042

ABSTRACT

Boneeto growth milk for children 1-14 years. The rich chocolate and vanilla flavors that are abundant in any high-calcium beverage to aid bone growth. Boneeto milk contains energy, fat, protein and carbohydrates which can be used as a source of energy for the child's body. In this final project, the writer uses descriptive method with questionnaire data collection technique and literature study.

The author uses SOSTAC elements in the campaign with Boneeto BerCerita which is carried out 3 months from September to November which is effective in 2020,

Keywords: Campaign, Brand Preference, Boneeto Bercerita, Boneeto Give Intelligence, Imaginative, High, and Strong.

ABSTRAK

Boneeto susu pertumbuhan untuk anak-anak 1-14 tahun. Kaya akan rasa coklat dan vanila yang melimpah di setiap minuman berkalsium tinggi. Susu Boneeto mengandung energi, lemak, protein dan karbohidrat yang dapat digunakan sebagai sumber energi bagi tubuh anak. Dalam Tugas Akhir ini, penulis menggunakan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data kuesioner dan studi literatur.

Penulis menggunakan unsur-unsur SOSTAC pada kampanye dengan Boneeto BerCerita yang dilakukan 3 bulan dari September-November yang efektif pada tahun 2020,

Kata Kunci: Kampanye, Preferensi Merek, Boneeto Bercerita, Boneeto Berikan KeCerdasan, Imajinatif, Tinggi, dan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan Tugas Akhir adalah salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma III (Tiga) Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif. Judul Tugas Akhir ini adalah Strategi Kampanye “Boneeto Bercerita (Boneeto Berikan Kecerdasan, Imajinatif, Tinggi dan Kuat)” Untuk Meningkatkan Preferensi Merek Boneeto Pada Tahun 2020.

Penulis menyadari, Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang terdekat khususnya orang tua penulis. Selain itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu banyak dalam penulisan Tugas Akhir ini.

1. Dr. Purnomo Ananto M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Drs. Benget Simamora M.M., Wakil Direktur I Bidang Akademik dan Kerjasama.
3. Drs. Nasrudin, MAP., Wakil Direktur II Bidang Umum dan Keuangan.
4. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn., Wakil Direktur III Bidang Kemahasiswaan
5. Suratni, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Periklanan.
6. Nova Darmanto, S.Sos., M.Si Sekretaris Jurusan Periklanan.
7. Rizky Kertanegara, S.S., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan.
8. Dyama Khazim Setyadi, S.E.,M.I.Kom, Dosen Pembimbing I.

9. Zaenab, S.S., M.Si , Dosen Pembimbing II.
10. Para Dosen dan Staf Jurusan Periklanan serta karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama 3 (tiga) tahun penulis menempuh pendidikan di sini.
11. Kedua orang tua tercinta terkhusus Ayah yang telah memberi dukungan, semangat dan doa selama penulis mengerjakan Tugas Karya Akhir
12. Semua kakak senior periklanan, sepupu, ade dan sahabat dekat penulis yang selalu memberikan dukungan serta semangat semangat.
13. Teman teman seperbimbingan penulis yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam penyusunan Tugas Karya Akhir.
14. Hirpa Fachyandi, Widyastuti, Setyawati, dan Rizky Yuliandi sebagai sahabat yang sangat penulis banggakan.
15. Seluruh sahabat dan teman – teman periklanan yang telah memberikan semangat, motivasi dan membantu penulis dalam melaksanakan Tugas Karya Akhir ini

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melimpahkan rahmat dan karunia – Nya kepada kita semua. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk Tugas Akhir ini.

Jakarta, Agustus 2020

Shenda Agustiana

DAFTAR ISI

Halaman Depan	i
Lembar Pengesahan Tugas Akhir	ii
Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir	iii
Surat Pernyataan Keaslian Tugas Akhir	iv
Surat Pernyataan Publikasi	v
Abstract	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan	8
1.5 Manfaat Penulisan	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1 Kampanye	13
2.1.1 Pengertian Kampanye	13
2.1.2 Fungsi Kampanye	13
2.1.3 Tujuan Kampanye	14
2.1.4 Media Kampanye	14

2.2	Brand Preference.....	15
2.3	Strategi SOSTAC.....	15
2.2.1	Pengertian SOSTAC.....	15
2.4	Media Periklanan	17
2.3.1	Pengertian Media Periklanan	17
2.3.2	Jenis-Jenis Media Periklanan	18
2.3.3	Tujuan Perencanaan Media	21
2.5	Proses Kreatif	24
2.6	Citra Merek.....	24
2.5.1	Definisi Citra Merek.....	24
2.5.2	Tujuan Merek.....	25
2.7	COVID-19 mempengaruhi industri periklanan	25
BAB III WAWASAN DATA		28
3.1	Situasi Eksternal dan Internal Susu Boneeto	28
3.1.1	Situasi Eksternal Makro (S.L.E.P.T Faktor)	28
3.1.2	Analisa Eksternal Mikro.....	33
3.1.3	Analisa Internal.....	34
3.2	Profil Produk Boneeto	36
3.2.1	Analisa 4P Boneeto dan Zee.....	38
3.2.2	Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i> dan USP Boneeto.....	54
3.3	Wawasan Pelanggan	56
3.3.1	Hasil Kuisisioner	57
3.4	Analisa SWOT	59
BAB IV KONSEP PERANCANGAN		61
4.1	Nama Kampanye.....	61
4.2	Tujuan Kampanye	62
4.3	Target Audiens	62
4.4	Elemen Media Kampanye (SOSTAC)	63
4.4.1	Situation.....	63

4.4.2	Objective	64
4.4.3	Strategy	64
4.4.4	Tactic.....	65
4.4.5	Action.....	66
4.4.6	Control	66
4.5	Konsep Kreatif	67
4.5.1	Role Advertising.....	67
4.5.2	Isi Komunikasi.....	67
4.5.3	Target Komunikasi	67
4.5.4	Big Idea	68
4.5.5	Tagline	69
4.5.6	Key Message dan Key Visual.....	69
4.5.7	Tone Manner	70
4.5.8	Mandatory	72
4.6	Visualisasi Konsep	72
4.6.1	Advertising	74
4.6.2	Word Of Mouth	102
4.6.3	Public Relations.....	103
4.6.4	Sales Promotion.....	106
4.6.5	Direct Marketing.....	108
4.7	Media Timeline	109
4.8	Media Budgeting.....	111
BAB IV PENUTUP		119
5.1	Kesimpulan dan Saran.....	119
5.1.1	Kesimpulan	119
5.1.2	Saran	120
DAFTAR PUSTAKA		121
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Riset Pelanggan	1
Gambar 1.2 Pertumbuhan Produksi SSDN & Pasar Susu	3
Gambar 2.1 Strategi SOSTAC.....	16
Gambar 2.2 Total Pengeluaran Iklan Media	26
Gambar 3.1 Perubahan Tingkah Laku dan Sikap Terhadap COVID-19	29
Gambar 3.2 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2020	31
Gambar 3.3 Persentase Pengguna Internet 2020	32
Gambar 3.4 Tampilan Website	37
Gambar 3.5 ATL (TVC Boneeto).....	45
Gambar 3.6 ATL (Poster).....	46
Gambar 3.7 BTL (Event)	48
Gambar 3.8 TTL (Instagram)	52
Gambar 3.9 TTL (Facebook)	54
Gambar 3.10 TTL (Twitter)	55
Gambar 3.11 Hasil Riset	58
Gambar 3.12 Hasil Riset	58
Gambar 3.13 Hasil Riset	58
Gambar 3.14 Hasil Riset	59
Gambar 3.15 Hasil Riset	59
Gambar 4.1 Infografis Design Boneeto	71
Gambar 4.2 Bagan Kampanye Boneeto	73
Gambar 4.3 Persentase Program TV Anak-Anak.....	74
Gambar 4.4 Design Master Instagram Content	77
Gambar 4.5 Design Webinar Instagram.....	78
Gambar 4.6 Design Content Instagram Beli Produk dapat Puzzle	79
Gambar 4.7 Design Content Instagram Beli Produk + Super Hero	80

Gambar 4.8 Design CSR RS Lapangan Surabaya Content	81
Gambar 4.9 Design Boneeto Bersatu Melawan Pandemi Content	83
Gambar 4.10 Design Gerakan Cuci Tangan Pakai Sabun	84
Gambar 4.11 Design Donor Darah	86
Gambar 4.12 Design Content Facebook Master Boneeto	87
Gambar 4.13 Design Content Facebook Gerakan Cuci Tangan Pakai	88
Gambar 4.14 Design Content Facebook Beli Produk dapat Puzzle	89
Gambar 4.15 Design Content Facebook Mainan Kharakter Super Hero	90
Gambar 4.16 Design Content CSR Facebook RS Lapangan Surabaya	91
Gambar 4.17 Design Content Facebook Boneeto Bersatu	92
Gambar 4.18 Design Content Twitter Design Master Boneeto	93
Gambar 4.19 Design Content Twitter Gerakan Cuci Tangan Pakai Sabun	94
Gambar 4.20 Design Content Twitter Dapat Mainan Puzzle	95
Gambar 4.21 Design Content Twitter Beli Produk + Mainan Kharakter Super Hero	96
Gambar 4.22 Design Content Twitter CSR RS Lapangan Surabaya	97
Gambar 4.23 Design Content Twitter CSR Boneeto Bersatu	98
Gambar 4.24 Design Youtube Ads Boneeto Bersatu.....	99
Gambar 4.25 Design Youtube Ads CSR RS Lapangan Surabaya	99
Gambar 4.26 Design Youtube Ads CSR Boneeto Bersatu	100
Gambar 4.27 Design Website Master Design	101
Gambar 4.28 Design CSR RS Lapangan Surabaya	101
Gambar 4.29 Design Website Boneeto Bersatu.....	102
Gambar 4.30 KOL Keluarga Ruben Onsu	103
Gambar 4.31 Design Webinar	105
Gambar 4.32 Design Media Press Release	106
Gambar 4.33 Design Sales Promotion	107
Gambar 4.34 Visual Puzzle	107
Gambar 4.35 Visual Kharakter Boneeto	108
Gambar 4.36 Mock Up SMS Blast	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 TBI Susu Bubuk	5
Tabel 3.1 Analisis 4P Boneeto	38
Tabel 3.2 Analisis SWOT	60
Tabel 4.1 <i>Big Idea</i>	68
Tabel 4.2 Isi Desain	72
Tabel 4.2 <i>Storyboard</i> TVC	75
Tabel 4.3 Media Schedule	109
Tabel 4.4 Media Allocation.....	112
Tabel 4.5 Budgeting ATL TVC Media Buying.....	113
Tabel 4.6 Budgeting ATL TVC Media Buying.....	113
Tabel 4.7 Budgeting TTL Digital	114
Tabel 4.8 Budgeting TTL Media Sosial Production Cost	114
Tabel 4.9 Budgeting TTL Digital PR	115
Tabel 4.10 Budgeting TTL SMS Blast	116
Tabel 4.11 Budgeting TTL Puzzle Boneeto	117
Tabel 4.12 Budgeting TTL Karakter Boneeto.....	117
Tabel 4.13 Budgeting TTL Gerakan Cuci Tangan	118
Tabel 4.14 Budgeting Public Relations KOL	118